

2021-2027年中国二、三线 城市户外广告行业研究与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国二、三线城市户外广告行业研究与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/202104/02-396615.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国二、三线城市户外广告行业研究与报告》共六章。首先介绍了二、三线城市户外广告行业市场发展环境、二、三线城市户外广告整体运行态势等，接着分析了二、三线城市户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了二、三线城市户外广告市场竞争格局。随后，报告对二、三线城市户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了二、三线城市户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对二、三线城市户外广告产业有个系统的了解或者想投资二、三线城市户外广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第.1章户外广告行业发展综述

第一节户外广告行业概述

一、户外广告的定义

二、户外广告的分类

1、按媒体所处位置分类

2、按广告表现性质分类

3、按表现形式不同分类

4、其他形式的分类

三、户外广告的特征

1、形态特征

2、传播特征

四、户外广告发布流程

1、申请户外广告具备的条件

2、申请发布户外广告的程序

五、户外广告行业的地位及作用

1、与城市建设的关系

2、与城市文化形象的关系

3、与城市经济发展的关系

第二节户外广告行业种群分析

一、媒介生态种群概述

1、媒介生态种群定义

2、媒介生态种群特征

二、户外广告行业种群结构分析

1、户外广告行业的主要种群

2、户外广告行业的种群间关系

三、户外广告行业种群矛盾分析

1、广告主种群与广告媒介种群矛盾

2、广告公司种群内部矛盾

3、广告公司种群与资本种群间矛盾

第三节户外广告行业发展环境分析

一、行业管理规范

1、行业监管部门

2、行业法规政策

3、行业相关标准

二、经济环境分析

1、国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

2、国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

(2) 国内宏观经济预测

3、宏观环境对本行业影响

三、社会环境分析

1、文化环境分析

2、消费情况分析

3、城市环境分析

第四节报告研究单位与研究方法

一、研究单位介绍

二、研究方法概述

第2章中国户外广告行业发展分析

第一节中国户外广告行业发展历程分析

一、中国户外广告行业发展历程

- 1、恢复发展期
- 2、改革发展期
- 3、膨胀发展期
- 4、平稳发展期
- 5、迅速发展期

二、中国户外广告行业发展现状

- 1、行业集中度明显增加
- 2、广告策划达到专业水准
- 3、户外广告更加重视创意
- 4、广告媒体资源争夺激烈

第二节中国户外广告行业市场分析

一、户外广告行业市场规模分析

二、户外广告投放品牌分析

三、户外广告投放行业分析

四、户外媒体价格变化分析

五、户外广告行业利润分析

第三节中国户外广告行业竞争分析

一、户外广告行业竞争状况分析

- 1、户外广告行业竞争现状分析
- 2、户外广告行业竞争格局分析
- 3、户外广告行业潜在威胁分析

二、户外广告行业投资兼并与重组分析

- 1、户外广告行业投资兼并与重组整合概况
- 2、外资户外广告企业投资兼并与重组整合分析
- 3、国内户外广告企业投资兼并与重组整合分析

第四节中国户外广告行业发展挑战与机遇

一、户外广告行业发展的挑战

二、户外广告行业发展的机遇

第3章二、三线城市户外广告所属行业区域市场分析

第一节户外广告行业市场区域发展概况

第二节二、三线城市户外广告行业市场分析

一、二、三线城市户外广告行业市场发展概况

二、武汉市户外广告行业市场发展分析

1、武汉市户外广告行业管理规范

2、武汉市户外广告行业市场现状

3、武汉市户外广告媒体资源分析

4、武汉市户外广告行业竞争情况

三、南京市户外广告行业市场发展分析

1、南京市户外广告行业管理规范

2、南京市户外广告行业市场现状

3、南京市户外广告媒体资源分析

4、南京市户外广告行业竞争情况

四、杭州市户外广告行业市场发展分析

1、杭州市户外广告行业管理规范

2、杭州市户外广告行业市场现状

3、杭州市户外广告媒体资源分析

4、杭州市户外广告行业竞争情况

五、成都市户外广告行业市场发展分析

1、成都市户外广告行业管理规范

2、成都市户外广告行业市场现状

3、成都市户外广告媒体资源分析

4、成都市户外广告行业竞争情况

六、长沙市户外广告行业市场发展分析

1、长沙市户外广告行业管理规范

2、长沙市户外广告行业市场现状

3、长沙市户外广告媒体资源分析

4、长沙市户外广告行业整治情况

七、重庆市户外广告行业市场发展分析

1、重庆市户外广告行业管理规范

- 2、重庆市户外广告行业市场现状
- 3、重庆市户外广告媒体资源分析
- 4、重庆市户外广告行业整治情况

第4章二、三线城市户外广告行业领先企业经营分析

第一节户外广告行业企业总体发展状况

第二节二、三线城市户外广告行业领先企业经营分析

一、西部机场集团广告传媒（西安）有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

二、四川博瑞眼界户外传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

三、成都经典视线广告传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

四、海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

五、巴士在线传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

六、安康集团经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

七、国域无疆传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

八、湖南国邮传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第5章2021-2027年中国户外广告发展趋势分析

第一节2021-2027年中国户外广告产业前景展望

- 一、2019年中国户外广告发展形势分析
- 二、发展户外广告产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国户外广告产业发展规划
- 四、2021-2027年中国户外广告产量预测

第二节2021-2027年户外广告产业发展趋势探讨

- 一、2021-2027年户外广告产业前景展望
- 二、2021-2027年户外广告产业发展目标

第6章观点与研究结论

第二节报告主要研究结论

第二节行业建议

部分图表目录：

图表1：我国户外广告行业中的主要种群

图表2：两个物种种群的相互作用类型

图表3：2019年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表4：2015-2019年美国就业指数走势（单位：%）

图表5：2015-2019年欧元区PMI走势（单位：%）

图表6：2015-2019年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表7：2021-2027年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表8：2015-2019年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表9：2015-2019年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表10：2015-2019年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表11：2015-2019年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表12：2015-2019年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表13：2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）

图表14：2015-2019年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表15：2015-2019年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表16：2015-2019年我国户外广告投放额（单位：亿元）

图表17：户外广告投放额前二十的企业（单位：百万元，%）

图表18：户外广告各行业投放情况（单位：亿元）

图表19：各类型广告公司盈利能力

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/202104/02-396615.html>